

УДК 316.7

ББК 60.55.66

ТОПОС ГОРОДА: К ВОПРОСУ О КОНСТРУИРОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ

Васильева М. С.,

аспирант 1 курса факультета социологии СПбГУ

г. Санкт-Петербург, Россия

maria.vasilieva@bk.ru

URBAN TOPOS: TO THE QUESTION OF IDENTITY ENGINEERING

Vasilyeva MS,

Post-graduate student of the 1 st course of the sociology faculty of St.

Petersburg State University

Saint-Petersburg, Russia

Maria.vasilieva@bk.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается возможность конструирования городской идентичности с помощью различного восприятия города как определенного места.

ABSTRACT

The possibility of construction of urban identity using different perceptions of the city as a particular place is described in the article.

Ключевые слова: глобализация, городская идентичность, конструирование, дихотомия локальное-глобальное, сети.

Keywords: globalization, urban identity, engineering, local-global dichotomy, networks.

XX в – XXI в. – это объединение многочисленных подходов к анализу города: как система социально-функционального расселения; как фокус концентрации истории и культуры человечества; как сложный семиотический механизм; как модель цивилизации; как текст, предъявляемый через множество архитектурных, информационных, национальных и др. языков; как ареал взаимодействия антропогенных и природных элементов среды обитания человека; как структура взаимовлияния ландшафта и сознания людей; как территориальная организация воспроизводства труда; как место обеспечения пространства услугами и товарами; как образ машины; как сетевой организм, который диктует приоритет времени над пространством. Мы не можем пренебречь курсированием идей и смыслов ни философии и социологии, ни антропологии и культурологии, ни экономики и архитектуры – возможно исключительно междисциплинарное исследование. Несмотря на разницу в подходах, исследовательские работы объединяют положение о том, что городское общество не представляет целостности и горожане испытывают сложность с определением собственной идентичности, ввиду того, что мегаполис (или крупный город) как явление производит «отчуждение», снижение значения родственных, территориальных связей, формализации отношений. В условиях глобальной миграции человек теряет понимание себя, он фрагментарен: постоянная перестройка сознания, приспособление к новым потребностям, стремление к самоопределению. Вопрос человека в городе остается открытым: с одной стороны, человек вступает в игру политики, рынков, информационных технологий, производства - тем самым создается облик горожанина. Но с другой стороны, как отмечает философ-

урбанист Светлана Веселова [7], человек уже встроен в созданный ранее город, он "продукт дисциплинарных пространств мегаполиса". В свою очередь, город за счет возникновения глобальных сетей, как описывает Борис Гройс в статье "Город в эпоху его туристического воспроизведения" [3], "начинает сам глобально циркулировать, воспроизводиться по всему миру, распространяться по всем направлениям". Эта практика порождает становления локальных фрагментов глобальными. Таким образом, суть взаимодействия человека и города сводится к сосуществованию различных положений о городе, которые обеспечивают устойчивость и стабильность городской идентичности в современном мире.

Для чего необходимо формировать городскую идентичность? Перед нами город с местным локальным колоритом, где при помощи новых технологий локальное быстро репродуцируется глобальным. В этом смысле, города вынуждены конкурировать, накапливать «символический капитал» места, повышая свою значимость, узнаваемость для "своих" и "чужих". Важным ресурсом привлечения инвестиций, потенциальных жителей, брендинга города является городская идентичность.

Основание понимания сущности городской идентичности – это ее конструирование, термин, который в настоящее время активно употребляется за пределами технического знания. Принцип теории конструктивизма (П.Бергер, Т. Лукман и затем Б. Андресон, Л.Харрисон) открывает возможность говорить о городской идентичности, как о конструируемой с помощью различного восприятия города как определенного места. Городская идентичность является формой пространственной идентичности - это «ощущение, проживание и даже рефлексия ...специфики «своей» территории на уровне группового и личного сознания» [8].

Рассмотрим как некоторое восприятие города образует (конструирует/формирует) проект городской идентичности.

Мифологическое восприятие. Особенность мифологического восприятия выражается в ассоциативности, в особом структурировании реальности, в общем наборе стереотипов сознания и мифологем. Городская мифология отражается в повседневном сознании и воплощается в представлении жителей о возникновении города, о его истории, сакральных местах, городе будущего. Городская идентичность основывается на усвоении и воспроизводстве этих образов, культурных символов. Миф конструирует некую реальность через особые образы, понятные горожанам. Мифы и мифологемы устойчивы во времени и в разных социокультурных условиях, они актуальны для любой культурной эпохи. Повседневность отражает особенности условий жизни и стремление к самобытности. В процессе повседневной коммуникации человек раскрывает себя, самореализуется - это основа составляющих городской идентичности. Связь человека и города транслируется нормами и ценностями местного сообщества, это дает человеку самоидентифицировать себя как часть города, помимо территориальной принадлежности. Таким образом, городские мифы, отражающие в повседневной коммуникации - важный аспект формирования городской идентичности.

Восприятие топонимов также мифологично - на первый взгляд малоизвестные в истории улицы или дома играют особую роль в интерпретации локальных событий и создают образ города, который отражается в повседневном сознании людей. Топонимы это и "имя" конкретного города, и его преобразование в случае, например, переименования улицы как способе изменения качества пространства. Рассуждения по мифологической тематике можно указать и на типичность общности. Например, "петербуржец", "москвич" - подразумевается, что городская идентичность существует и она обнаруживается в определенных действиях. Это может проявиться в употреблении специфической лексики или в возникновении на основе символа города представления о городской территории (крупская фабрика, чак-чак, тульские пряники и т.д.)

Отметим, что в условиях города оценочной реакции подвергаются образы «свой» и «другой». Если в первом случае прослеживается положительная реакция с демонстрацией своего «культурного капитала», то в «другом» в большей степени выражается «чужак», например, мигранты, для которых типично выражение «понаехали». Тем самым, в противопоставлении «свой-другой», или еще пример «центр-периферия», присутствуют мифологические рассуждения.

Отражение города можно найти в практиках иеротопизации (создание сакральных пространств) объектов преклонения ("мертвый город"), которые формируют сакральный ландшафт города (например, дворы-колодцы, мистический памятник бронзовой Сове, Атланты Нового Эрмитажа Петербурга), в идеализации авторитетов (выдающихся горожан, исторических деятелей), в наделении пространство мистикой ("город вечный", город как святилище).

Миф является своеобразным механизмом управления человеком, его внутренним миром, сферой сознания. Миф [5, с 45-47] - это "машина культуры", человек саморождается через культурные устройства: мифы, ритуалы и др. - это по Мамардашвили "способ конструирования человека из природного, биологического материала". Это значит, что миф с помощью медиа культуры создает особую мифологическую реальность, которая начинает восприниматься человеком как истина, которая в свою очередь образуется с помощью любых медиа средств (телевидения, кино, литературы, прессы ит.д).

Таким образом, в сознании горожан формируется образ города через мифологические приемы – противопоставления «свои-другие», сакрализации деятельности, городского пространства, употребление особой лексики и топонимов, демонстрация типичного образа жизни горожан, возвышение истории и культуры своего города и др.

Художественное восприятие. Принцип развития представлений о городе в сознании людей посредством художественного текста формируется еще в начале XX века. Это работы Н. Анциферова, И. Гревса, В. Топорова, Д. Лихачева. Плодотворные метафоры города способны возбуждать воображение и тем самым расширять взаимодействие с миром: в передаче художественной информации содержится определенная мировоззренческая концепция, устойчивые ценностные ориентации, представляется интеллектуально-творческая взаимосвязь автора и читателя. Городская идентичность выражается в восприятии метафор, наглядных образов - литературных, это особый эмоциональный контекст через вчувствование в события и их личностную оценку.

По мнению В. Шаховского, в художественной литературе запечатлены эмоциональные категориальные ситуации, с помощью которых человек совершенствует свои эмотивные компетенции, а также воспитывает умение "адекватно следовать социализированным ритуалам эмоционального общения" [6].

Художественное произведение воздействует на эстетическое и нравственное чувства реципиента, развивая его духовный мир, уважение духовных ценностей народов, формируя общее поле интересов, притягивая литературные полюса и укрепляя российскую государственность - всё это необходимо для формирования городской идентичности, или шире - общероссийской национальной идентичности.

Философское восприятие в структуре городской идентичности представляется в виде ризоматического мировидения [4] (Ж. Делёз и Ф. Гваттари, 1976 г.). Метафизика ризомы - сеть, сетевая структура, сетевые миры. По мнению Кастельса, сети - это базовые ячейки современного общества. Убедительной конкретизацией сети кажется адхократическая культура (англ. "Adhocracy" от лат. "ad hoc" - по случаю, для данной цели) и блип культура ("blip culture" - "клиповое мышление", ввел термин Э.

Тоффлер)). В первом случае, подразумевается взаимодействие по горизонтали и вертикальной иерархии для решения одной конкретной задачи, подчеркивая "гетерогенное единство экзистенциально-смысловых устремлений индивида" [2]. Во втором - фрагментарный характер представления о мире: для одних современный мир - это хаос из-за стремительных потоков информации, для других - позитивный простор творчества и свобода множественной идентичности (без внутреннего конфликта). В этом плане материалом для городской идентичности служит "внешние", ризоматические ситуации, но при этом конструируемые потенциал человека его внутренними свойствами личности.

Архитектурное восприятие. Архитектура - мощный канал воздействия на человека и его сознание, мировоззрение, поскольку именно она становится главной визуальной пространственной формой выражения и восприятия города. Андрей Иконников считает, что архитектура создает особую среду, в которой «овеществляются принятые обществом ценности». Автор отмечает, что любой архитектурный объект всегда соотнесен с человеком, его жизненным миром, с его деятельностью.

Сегодня архитектура устремлена одновременно к двум полярным точкам притяжения в современной культуре. С одной стороны, вызов эпохального значения – дигитализация и глобализация, с другой - вызов собственных сущностных оснований, связанных с онтологией, проблемами бытия человека, оказавшегося перед трудностями самоидентификации.

Политическое восприятие. В рамках политического рассуждения городская культура создается целенаправленно, как инструмент преобразования социальной реальности. Как считает Светлана Веселова, "стратегии исходят от властей, они прокладывают прямые линии авеню и проспектов, организуют мега события, свидетельствуя о том, что город создают отношения власти и подчинения. " Тем самым, горожане живут в пространстве, которое спланировано в целях извлечения прибыли.

Происходящая «глобализация экономических отношений сводит городские «места» к «площадкам для бизнеса». И тогда поиск сакрального заменяется соображениями материального интереса. Также обращает внимание на то, как изменился язык сопротивления властям в современном городе: "эффективность митинга убывает, тогда как эффективность присвоения городского пространства жителями через организацию "снизу" праздника, фестиваля, несанкционированного рынка продукции ручного труда, стрит-арт растут"- отмечает Светлана Веселова [7].

В заключение отметим, что городская идентичность оказывается проектом дихотомии локальное-глобальное. Тканью при этом служит "внешнее": самоидентификация "места" как культурное самоопределение, так и тенденция социально-политического, экономического развития "места" и "внутреннее" - конструирование внутреннего мира человека, развитие его потенциала. "Особость" города, способность сканировать эйдос места, порождать новые тенденции данной территории, сопровождая новыми мифами и легендами, определяет будущее города.

Список литературы

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М.: "Медиум", 1995. - 323 с. Перевод Е. Руткевич.
2. ГРЕЧКО П.К. ИДЕНТИЧНОСТЬ – ПОСТМОДЕРНИСТСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА//ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНОЙ ТЕОРИИ. 2010. Том IV, 171-190 с.
3. Гройс Б. Город в эпоху его туристической воспроизводимости. Неприкосновенный запас. 2003, №4 (30)
4. Делёз Ж., Гваттари Ф. Что такое философия? / Пер. с фр. и послесл. С.Н. Зенкина — М.: Институт экспериментальной социологии, Спб.: Алетейя, 1998. — 288 с. (серия “Gallicinium”)

5. Мамардашвили М. Введение в философию // Мой опыт нетипичен. СПб., 2000.
6. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций: Монография. М: Гнозис, 2008. 416 с.
7. Веселова С. Б. Город. Между архитектурным проектом и информационной сетью. [Электронный ресурс]<https://mybook.ru/author/svetlana-veselova/gorod-mezhdu-arhitekturnym-proektom-i-informacionn/reader/>? (Дата обращения: 10.02.2017)
8. Каганский В.Л. Ареальная парадигма пространственной идентичности: основания, пределы, выход за пределы. Вестник Пермского Научного Центра 5/2014 [Электронный ресурс]<http://cyberleninka.ru/article/n/arealnaya-paradigma-prostranstvennoy-identichnosti-osnovaniya-predely-vyход-za-predely> (Дата обращения: 10.02.2017)